

REVISTA

www.revistareview.pe ■ Año 4 ■ Nº 34 ■ octubre 2024

REVIEW

LIFESTYLE

CURANDERAS

Mixología y sanación

**WEST
BLANCO**

Contra las cuerdas



**FRANCISCA
ARONSON**



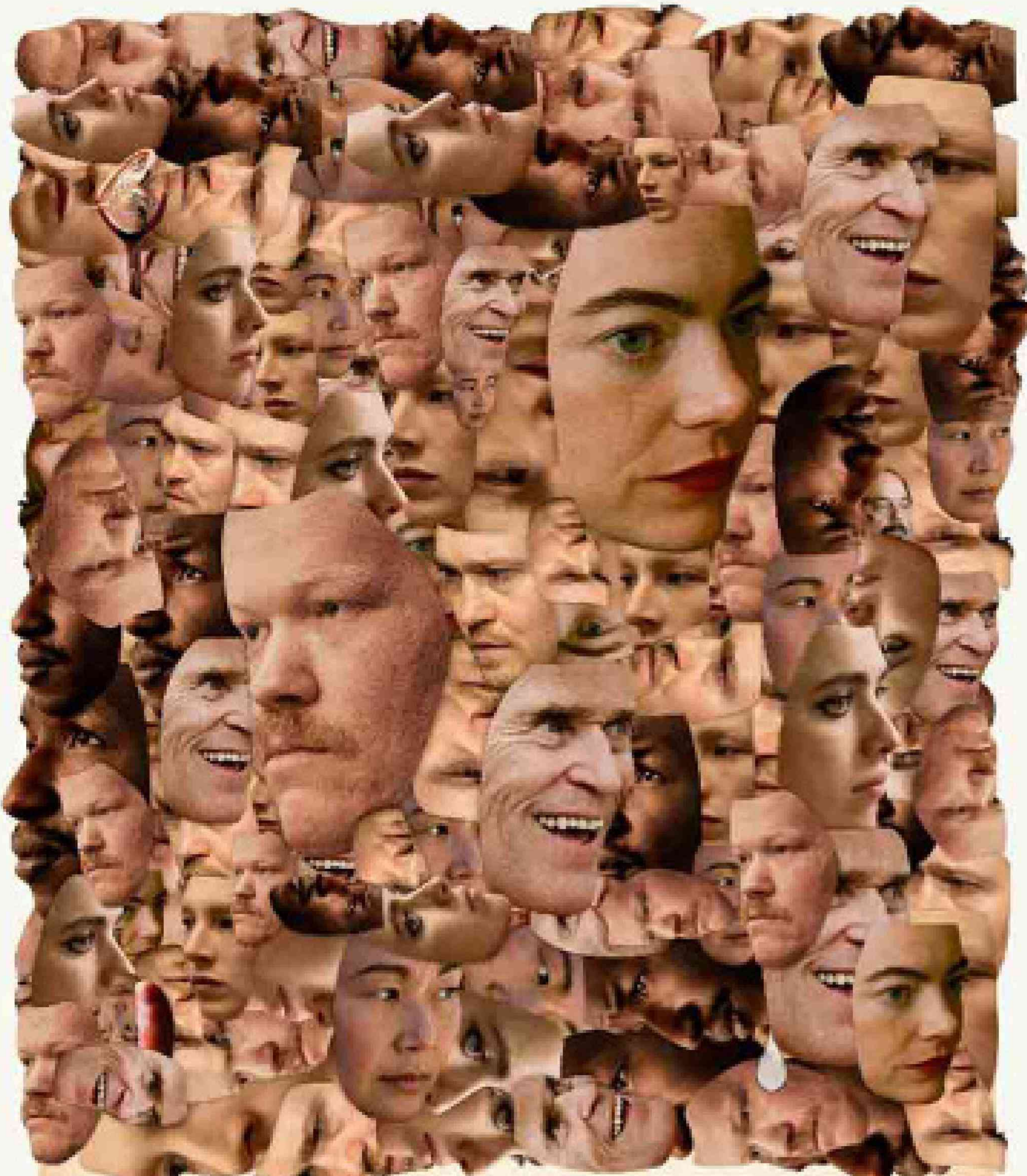
BEETLE
BEETLE

09.0



THE
ADDAMS
FAMILY

6.24



EMMA STONE JESSE PLEMONS WILLEM DAFOS
MARGARET QUALLEY HONG KONG JOE ALWYN
MAHMOUD ATHI HUNTER SCHAPIRO

TIPOS DE GENTILEZA

LA PRIMA PELÍCULA DE LOS HOMBRES DE LAS HORAS

El primer largometraje de los hombres de las horas, una película que explora la vida de los hombres de las horas y su impacto en el mundo. La película es una obra maestra de la ciencia ficción y la filosofía, que plantea preguntas sobre la naturaleza humana y el futuro de la humanidad.

11th Hour

EL REGRESO DE UNA GRAN FRANQUICIA ALIEN ROMULUS

A Alien Romulus, la nueva cinta de la exitosa franquicia de suspenso y ciencia ficción que inició en 1979, finalmente llegó a la cartelera de los cines de todo el mundo.

Esta cinta que, cronológicamente se ubica luego de “Alien: el octavo pasajero” y previo a la segunda entrega, llega para traernos de vuelta a una de las criaturas más icónicas de la industria: los xenomorfos.

Asistimos al estreno oficial de la película en Perú, junto a un grupo de creadores de contenido y críticos de cine, y ahora te contaremos nuestra opinión SIN SPOILERS de esta nueva entrega.

Fiel a la esencia de la saga, “Alien Romulus” es una cinta que aprovecha muy bien los elementos de su universo para utilizarlos a favor del suspenso que está presente durante toda la película.

Cada escena juega con los nervios del espectador con un lenguaje que, aunque puede parecer clásico en este género, es muy bien manejado por su director Fede Álvarez.

Es posible decir que esta entrega ha sabido conservar esa esencia que llevó al éxito a la primera entrega, por lo que estamos seguros de que sabrá conectar con los espectadores.

Hayas visto o no las cintas originales, incluso las películas más recientes de la franquicia (Prometheus

y Covenant), “Alien Romulus” es una película que funciona de manera independiente y ese es un gran punto a favor.

Era importante entender que han pasado 45 años desde “Alien: el octavo pasajero” y que el público ya no es el mismo. Aunque se trate de un clásico,

la idea del presentar el contexto y a los xenomorfos como si se tratase de la primera película ha sido muy acertada.

Los personajes cumplen el rol que la historia requiere y no es necesario profundizar en la historia de cada uno de ellos. Incluso, sabemos poco de la protagonista, pero conocemos lo que es necesario en su historia para conectar con todo lo que sucede en su aventura.

Las escenas de acción también siguen un hilo coherente y sin escapar de lo que es necesario, recurriendo a recursos más modernos para poder entrar en ese

terreno.

Podemos decir que “Alien: Romulus” es una cinta que puede romper los esquemas sin ser innovador, y no es algo negativo. La película ha utilizado elementos clásicos del género, pero lo hace tan bien que funciona como si aún estuviésemos en 1979.

Así que si quieres disfrutar de una película que te mantenga con las pulsaciones a mil durante dos horas, no puedes dejar de ver “Alien Romulus”.



WEST BLANCO 10

Revista Review pudo conversar con el artista colombiano para conocer detalles detrás de su nuevo tema "Contra las cuerdas".



EL RENACER DE SERENA

16 Un recorrido por los recientes y deslumbrantes looks de Blake Lively, donde la esencia de su recordado personaje revive en cada elección de moda. Para los fans más fieles de Gossip Girl.

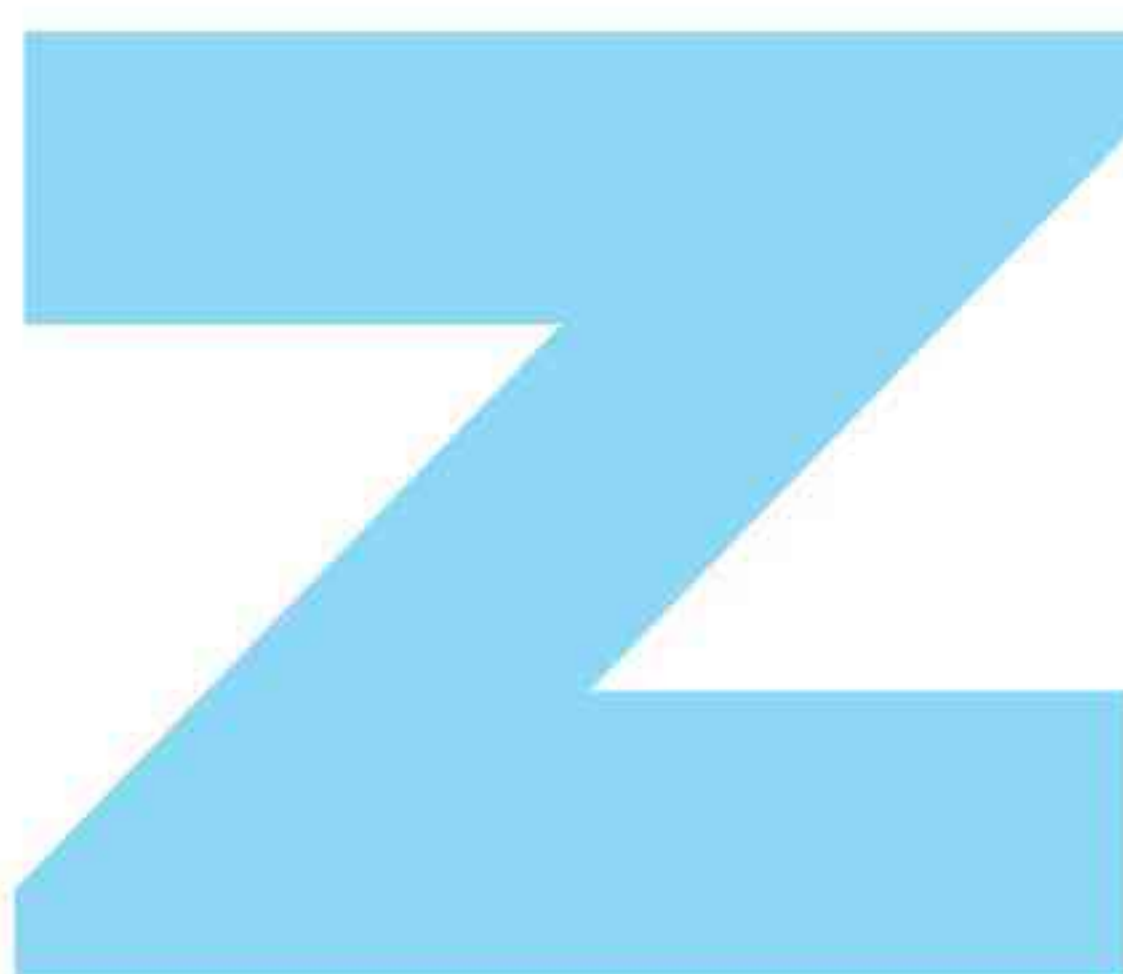
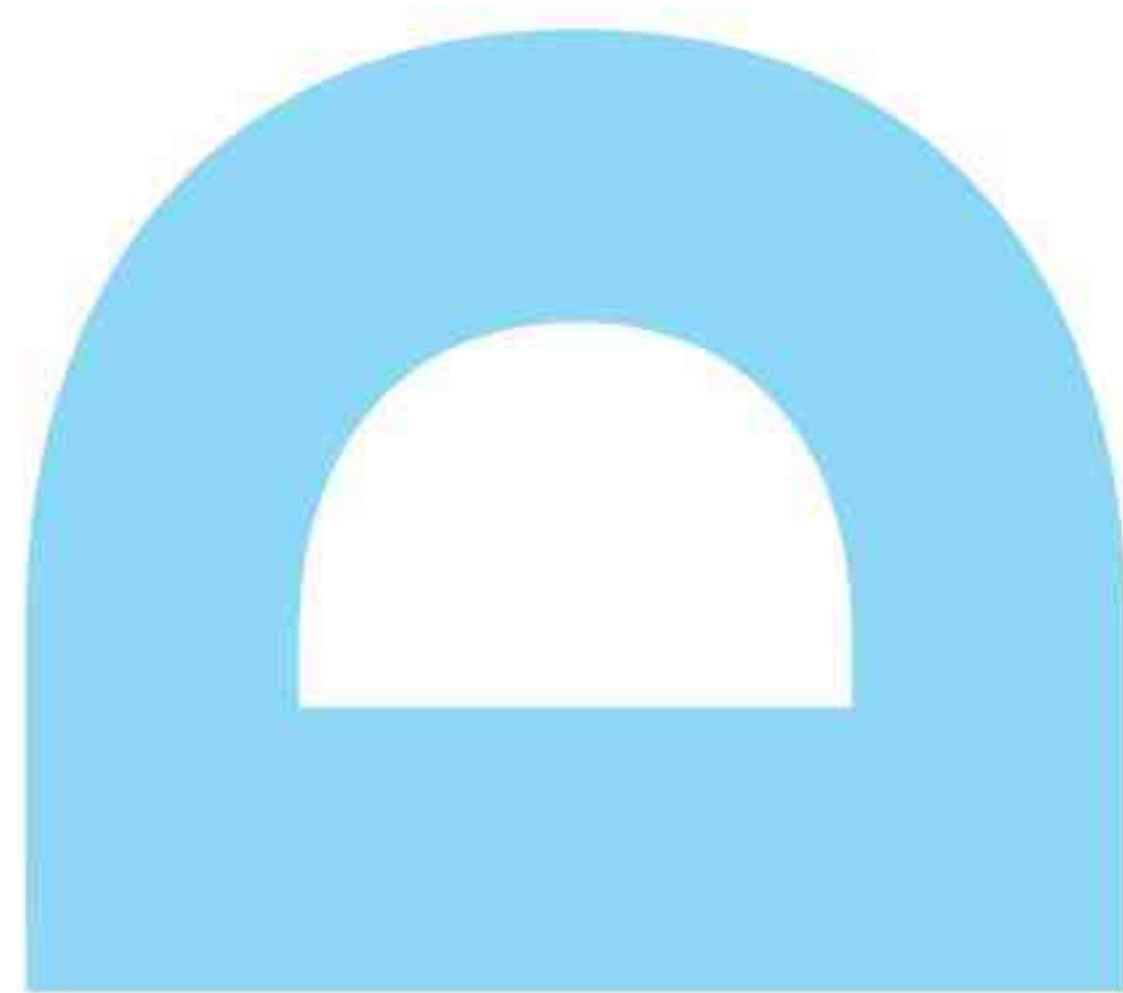
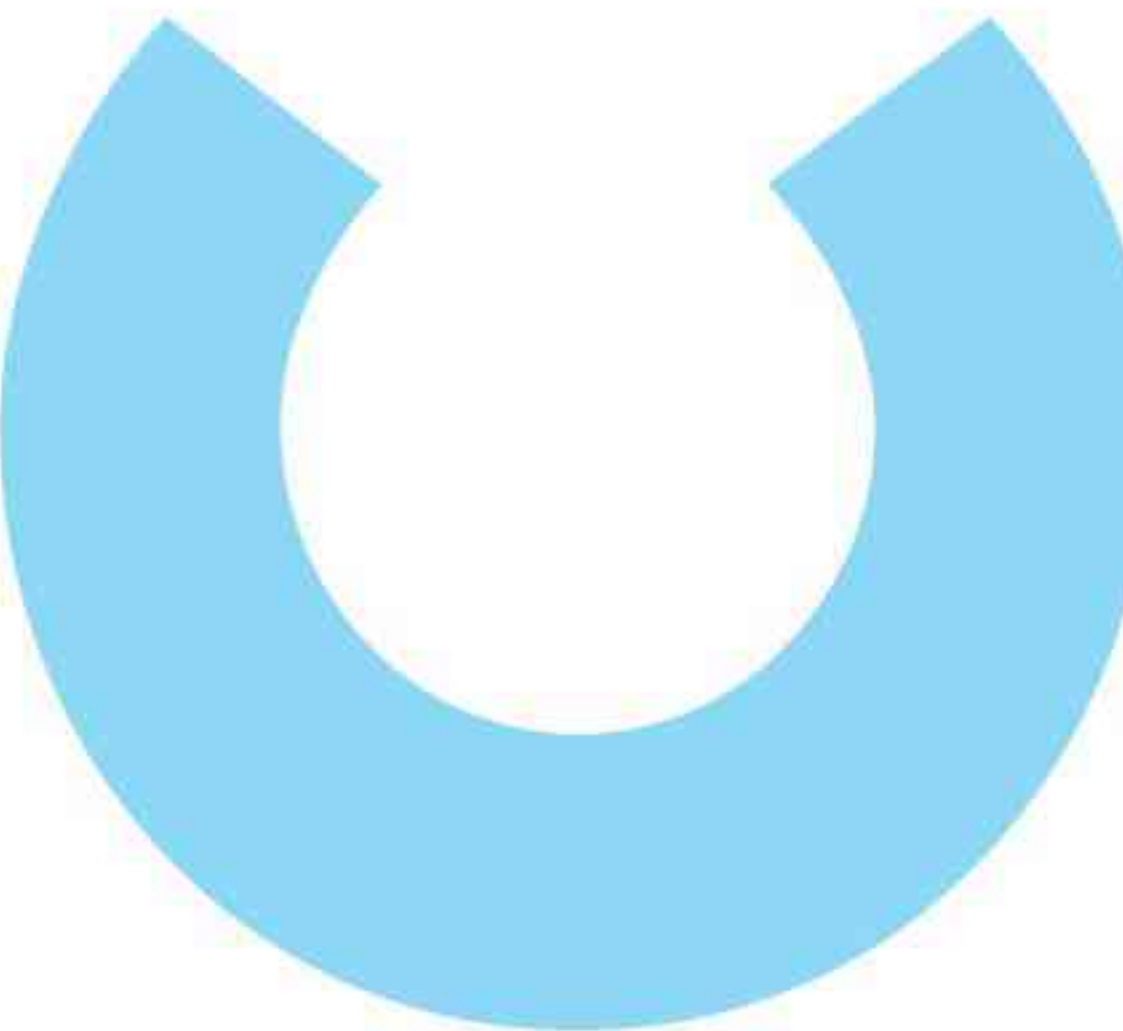
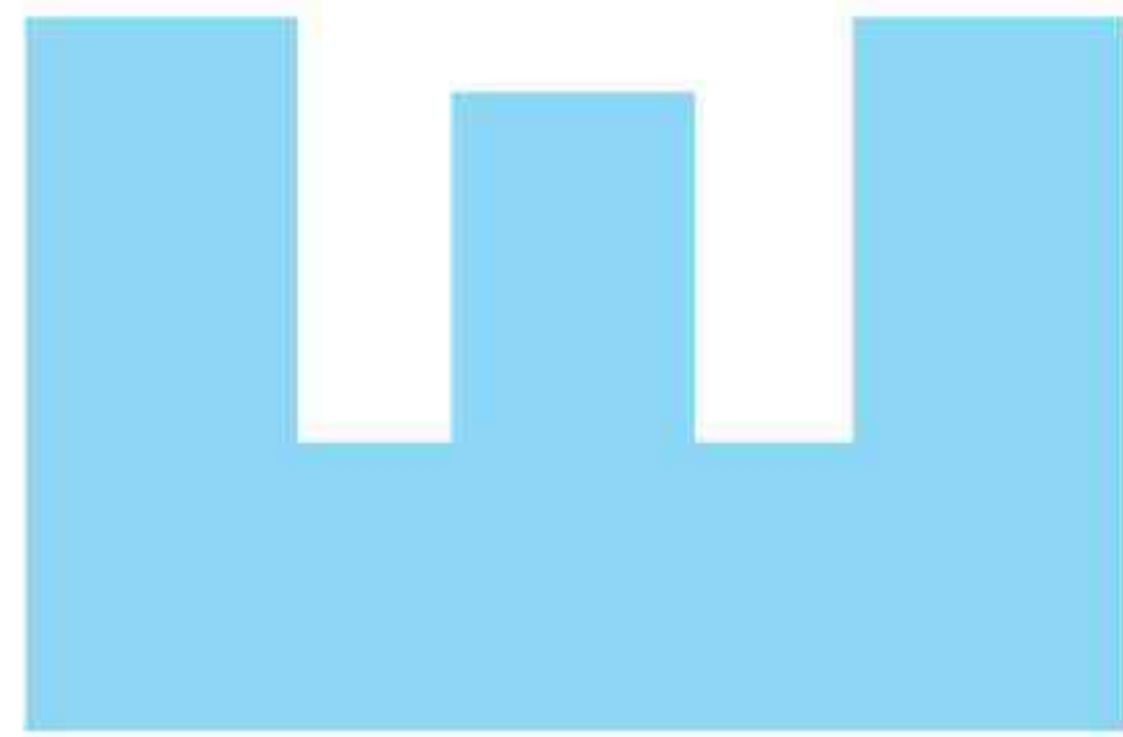
LILY COLLINS

20 Conversamos con la reconocida actriz, quien regresa a su papel de Emily Cooper en la cuarta temporada de Emily in Paris, donde nos mostrará una evolución de la vida de este personaje.



PUBLICA CON NOSOTROS

Si quieres que tu marca o negocio llegue a más personas a través de una experiencia premium comunícate con nosotros. Conoce más de nuestros paquetes y tarifas escribiendo a mlivia@revistareview.pe



REVIEW

DIRECTOR: **Michael Livia**

AUTOR DE DISEÑO: **Victor Miranda**

DIRECTORA COMERCIAL: **María Fernanda Torero**

REDACCIÓN: **Kenyi Coba, Miguel Vilchez, Mariaximena Tello y Paola Suárez.**

FOTOGRAFÍA: **José Rojas Bashe, Luis Chiang Chang.**

PRODUCCIÓN: **Kenyi Coba.**

COLUMNISTAS: **Karla Gutiérrez, Gilda Pérez y Leslie Arce.**

COMMUNITY MANAGER: **Dana Alva**

WEBMASTER: **Bryan Neil Rivera**

REVISTA REVIEW

Jesús María - Lima - Perú

Telf: 963 347 536

Web: www.revistareview.pe

Instagram: [@revistareview.pe](https://www.instagram.com/revistareview.pe)

CURANDE- RAS 26

Influencers y expertos del rubro asistieron al lanzamiento del nuevo bar ubicado en San Isidro.



PISCO PUNCH

28 Te compartimos la receta de una de las bebidas históricas de las barras internacionales, hecha a base de nuestro destilado bandera.

LUJO SILENCIOSO

34 Los colores que marcan la pauta esta temporada no solo se enfocan en la estética, sino también en el impacto emocional y funcional de los espacios..



THE LEGEND

38 Visitamos el hotel The Legend Paracas, la nueva propuesta exclusiva de Hyatt y disfrutamos de todos sus servicios para compartir contigo nuestra experiencia.

MARY KAY®

Tu piel con
resultados visibles
en 2 semanas*



*Resultados basados en uno de los ocho estudios independientes de terceros clínicos o de consumidores en los que de 55 a 214 mujeres usaron un producto de la Combinación Ideal TimeWise® según las indicaciones.

TOUS JOCKEY PLAZA

La reconocida marca Moschino, presenta oficialmente su nueva fragancia para todos (unisex), TOY 2 "PEARL".

Este lanzamiento único y sofisticado rinde



homenaje a la Madre Perla de Tahití, evocando un fondo marino lleno de

sirenas, glitter, perlas y conchas.



H&M JEAN-MICHEL BASQUIAT

H&M presentó la colección de Jean-Michel Basquiat en la galería de arte contemporáneo independiente Sagrada Mercancía, uno de los espacios culturales más representativos, de Chile.

QUICK REVIEW



HONOR 200 LITE Y PRO

Oficialmente llegaron a Perú nuestro HONOR 200 y HONOR 200 Pro, dispositivos que sin duda van a llevar los retratos a otro nivel. Gracias a la alianza y co-ingeniería con Studio Harcourt, los resultados que ofrecen ambos modelos se convierten en obras maestras.



FANTA BEETLEJUICE BEETLEJUICE

Fanta® invoca a Beetlejuice con su propio sabor de edición limitada, 'Fanta® Beetlejuice', cuyo empaque presenta al personaje principal de la película interpretado por Michael Keaton; asimismo, Fanta naranja traerá a Astrid (interpretada por Jenna Ortega) y Fanta Kola Inglesa traerá a Lydia Deetz (interpretada por Winona Ryder).



MC DONALD'S MI VILLANO FAVORITO 4

Tras casi 10 años creando experiencias memorables para los niños y las familias, los hilarantes y simpáticos Minions llegan al menú de McDonald's con la nueva colección "Mi Villano Favorito 4". Con este lanzamiento la diversión está asegurada.



EXPERIENCIA FLOR DE CAÑA

Este innovador espacio, situado en Avenida Santa Cruz 365 en Miraflores, ofrece entretenidas experiencias inmersivas a sus visitantes, brindándoles la oportunidad de descubrir el mundo de Flor de Caña a través de los sentidos.



NUBIA NEO 2 5G

ZTE nubia, proveedor de soluciones integradas de tecnologías de la información y de comunicaciones, lanzó el nubia Neo 2 5G en Perú, un smartphone pensado en los



CONVERSE RUN STAR TRAINER

La colección Run Star Trainer ya está disponible en la web oficial de Converse y en todas las tiendas de la marca a nivel nacional. Este lanzamiento reafirma el compromiso de Converse con la innovación y la moda, ofreciendo productos que inspiran a la comunidad a expresarse sin límites.

TCL X955

La marca de tecnología presenta en Perú su impresionante TV TCL X955 Max Ultimate 4K QD-Mini LED TV de 115 pulgadas, el televisor QD-Mini LED más grande del mundo. Este dispositivo redefine el entretenimiento en casa, ofreciendo una experiencia visual y sonora inmersiva sin precedentes.



EXPODECO 2024

Del 04 al 08 de setiembre, el Centro de Convenciones Corporación E. Wong será escenario de la undécima edición de esta feria, que ya se ha convertido en uno de los eventos más esperados del año en el rubro. Con más de 20,000 metros cuadrados de exhibición, EXPODECO 2024 ofrecerá la oportunidad de conocer de primera mano las novedades y avances tecnológicos que están marcando la pauta en la industria.





CONTRA LAS CUERDAS WEST BLANCO

Revista Review pudo conversar con el artista colombiano para conocer detalles detrás de su nuevo tema "Contra las cuerdas", así como de su momento en la industria musical.





West Blanco regreso y lo hace con un nuevo sencillo: “Contra Las Cuerdas”, una canción que capta a la perfección la esencia de esas conexiones instantáneas y se suma a la exploración de su línea artística y conceptual en torno al “Casi Algo”.

Revista Review pudo conversar con el artista colombiano para conocer detalles detrás de este tema y de su momento en la industria musical.

¿Cómo nace este nuevo tema “Entre las cuerdas”?

Con el productor me junto una o dos veces a semanas a crear. El tema nació de una de esas veces que nos sentamos a trabajar, convocamos a otro compositor y cuando llegó al estudio nos contó una situación que había vivido con una persona que recién había conocido.

El género urbano ha tomado un camino más orientado a hablarle al amor ¿Sientes que conectas con este camino?

Desde que empezamos con el proyecto West Blanco, definimos que queríamos cantarle al amor. Queríamos explotar esa línea romántica. Creemos mucho en el amor, nos encanta todo lo que tiene que ver con esto, positivo o negativo, porque el amor tiene muchas caras. Así que desde que empezamos, lo tuvimos como bandera, explorando nuevos sonidos y trabajando duro para encontrar nuestro camino.

¿Cómo ves tu evolución, desde el West Blanco que inició esta carrera al West Blanco de ahora?

Magnífico. Creo que uno tiene que confiar mucho en el proceso, que no tiene todo para ya. Los tiempos de Dios y de la vida son perfectos. De acuerdo con la preparación de uno, uno está en el camino correcto. Trabajamos duro para seguir subiendo escalones.

Creo que, si miro para adelante, sé que me falta mucho

camino por delante, pero si miro atrás también é que he avanzado bastante.

Hoy en día, hay muchos artistas que tienen la oportunidad de construir sus propias carreras gracias a las plataformas digitales, a diferencia de antes que debían esperar un espacio en la radio. ¿Cuál crees que es el factor determinante para hacerse en un nombre hoy en la industria?

Yo creo que, hoy en día, la competencia es tanta, que uno tiene que sobresalir. Ya el que más bonito cante no es el número 1, es el que más trabaje, el más disciplinado y tal. Obviamente, el talento es necesario, porque trabajo sin talento no va a marcar una generación. Pero creo que el trabajo es un ítem predominante hoy por hoy.

Colombia es uno de los países sudamericanos que más exponentes internacionales tiene ¿A qué consideras que se debe esto?

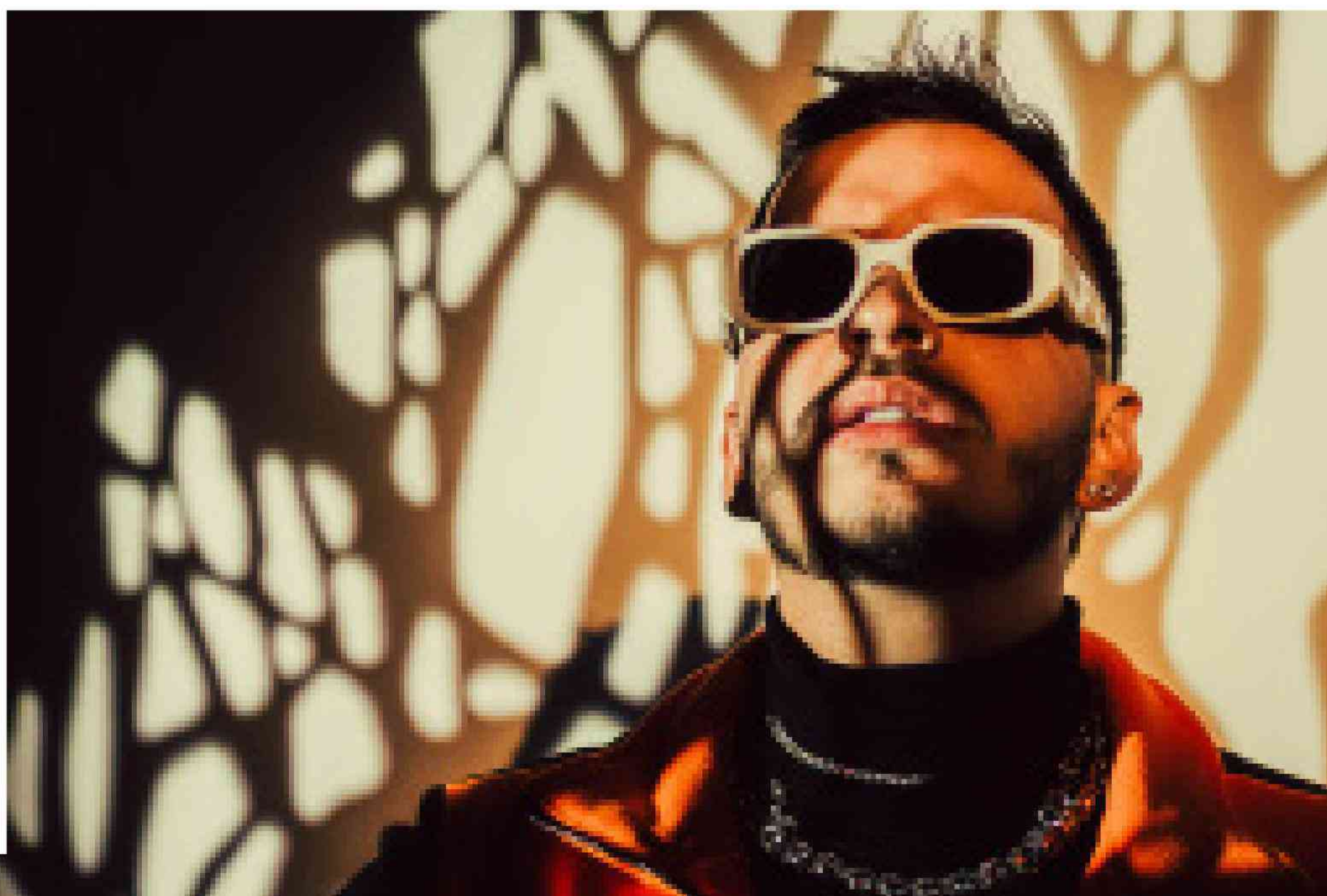
Creo que tiene que ver mucho con la personalidad de los artistas y las personas

de Colombia. Venimos con una historia que no toda ha sido muy bonita que digamos. Pero, con esas ganas de querer cambiar la imagen y la cara ante todo el planeta, nos ha permitido que nos reinventemos y que busquemos sobresalir frente a personas de otras nacionalidades. Creo que esas son herramientas que nos han permitido sobresalir. El colombiano tiene mucha resiliencia y los exponentes que tenemos lo han demostrado.

¿Cuáles son los objetivos que sueñas cumplir?

La verdad, sueño con mi primera gira en Colombia y a largo plazo quiero llenar estadios. Pero creo que uno tiene que vivir el ahora y el presente. Trabajar en lo que sucede aquí mismo para que las cosas del futuro lleguen en el momento adecuado y estés preparado para enfrentar esos retos.

Ahora mismo estamos trabajando incansablemente, haciendo música, sentarnos a generar ideas, tocando puertas para que todo lo que tenga que llegar en el futuro, llegue.



EL RENACER DE SERENA VAN DER WOODSEN **BLAKE LIVELY**



ESCRIBE: **MARIAXIMENA TELLO**
Comunicadora, periodista e influencer de moda
@unpocodemajia

Un recorrido por los recientes y deslumbrantes looks de Blake Lively, donde la esencia de su recordado personaje revive en cada elección de moda. Para los fans más fieles de Gossip Girl.

Blake Lively lo hizo de nuevo. Después de un tiempo alejada de los reflectores, la actriz ha regresado con una fuerza inusitada, no solo en su carrera, sino también en el mundo de la moda.

Para los fans de Gossip Girl, Blake será siempre la inolvidable Serena van der Woodsen, la joven neoyor-

quina cuyo buen gusto y sofisticación marcaron a toda una generación.

Y parece que, aunque hayan pasado años desde el final de la serie, la esencia de Serena sigue presente en cada elección de vestuario que Blake realiza, como si su personaje hubiese trascendido las pantallas para fusionarse con la realidad.

Durante la reciente gira promocional de su nueva película Romper el círculo, Lively ha

dejado claro que su impacto en la moda sigue siendo tan fuerte como en sus días en el Upper East Side. Su aparición en Nueva York, envuelta en un vestido multicolor de Versace, no solo fue un guiño a los primeros años de la década, sino también un homenaje a Britney Spears, quien usó el mismo traje durante un desfile de la firma en Milán en 2002.

Con su escote asimétrico y detalles de strass, Blake nos recordó el poder que tiene la moda para evocar recuerdos y emociones, algo que Serena habría sabido apreciar.

Pero Blake no se queda en la nostalgia. Su habilidad para reinventarse y adaptarse a las nuevas tendencias se evidenció en Londres, donde apareció con un traje blanco oversize, adornado con bordados florales.

Este look, minimalista pero sofisticado, es un testimonio





de su evolución como ícono de moda. La ausencia de la parte inferior del traje, compensada por sandalias de pedrería y pendientes llamativos, resalta su dominio de la moda, logrando un equilibrio entre la audacia y la elegancia.

Por otro lado, la influencia de Gossip Girl no se limita a lo formal. Blake también ha mostrado su lado más casual y chic con una gabardina beige con aperturas y salones de estampado de serpiente. Este atuendo, aunque sencillo, refleja la capacidad de adaptarse y mantenerse auténtica, conservando siempre un toque personal.

Lively ha demostrado una vez más que no solo es una talentosa actriz, sino también una figura de referencia en la moda. Como Serena, sabe cómo capturar la atención con cada paso que da.

Y aunque los años hayan pasado desde que caminó por las calles de Manhattan, su legado, tanto en la serie como en la moda, sigue vivo y en constante evolución. Al final del día, Blake Lively y Serena van der Woodsen son, sin duda, dos caras de la misma moneda: leyendas que seguirán inspirando a estas y a las futuras generaciones.





TODO SOBRE EL **ENCHAPADO EN ORO**

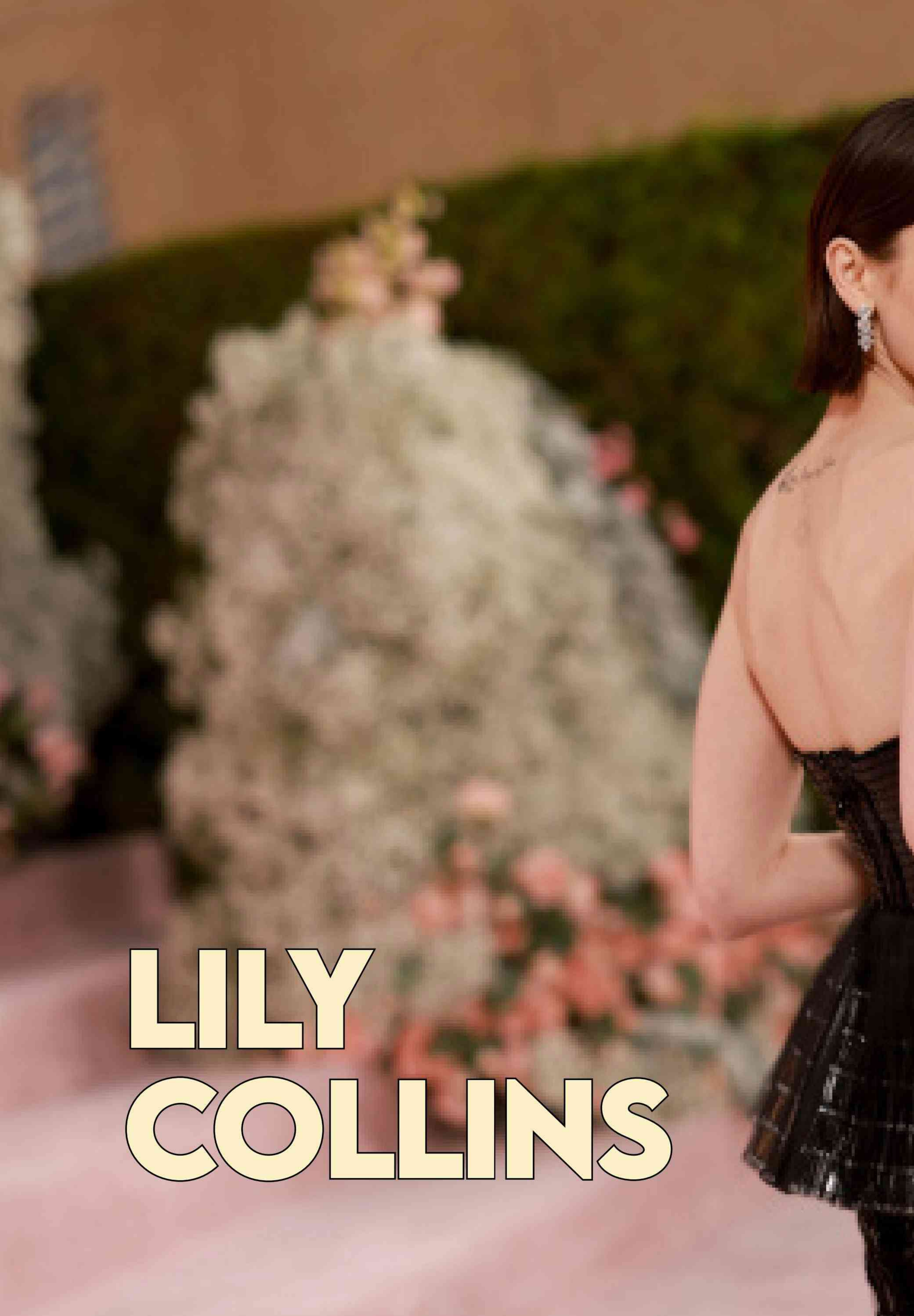


El mundo de la moda está en constante evolución, y cuando se trata de accesorios, las opciones son infinitas. Una de las tendencias que ha captado la atención de las fashionistas es el uso de acero enchapado en oro de 18k, una combinación que ofrece estilo, durabilidad y elegancia. María Bonita, una marca que entiende la importancia de estos valores, se ha especializado en crear piezas que no solo siguen las últimas tendencias, sino que también están diseñadas para durar.

¿Por qué elegir accesorios de acero enchapado en oro? Primero, el acero es conocido por su resistencia, lo que lo convierte en una base perfecta para accesorios que desean mantener su brillo y forma a lo largo del tiempo. Al estar enchapado en oro de 18k, se le añade un fino acabado que realza cualquier look, sin perder su carácter práctico.

Además, el enchape ofrece la posibilidad de lucir piezas sofisticadas a un precio accesible, manteniendo la apariencia de joyas de alta gama. Es una opción ideal para quienes buscan equilibrio entre tendencia y calidad, asegurándose de que cada accesorio se convierta en un elemento esencial en su colección.

Con María Bonita, no solo estás adquiriendo un accesorio, sino una pieza que está hecha para brillar, al igual que tú. Encuentra la marca en Instagram como [@joyasmariabonita.pe](#)

A photograph of actress Lily Collins on a red carpet. She is shown from the waist up, wearing a black strapless dress and large, ornate earrings. Her hair is dark and styled. The background is a blurred green hedge and a pinkish-red carpet. The text 'LILY COLLINS' is overlaid in the bottom left corner in a large, yellow, outlined font.

LILY
COLLINS

La reconocida actriz regresa a su papel de Emily Cooper en la cuarta temporada de Emily in Paris, donde nos mostrará una evolución de la vida de este personaje. Revista Review accedió a una entrevista con la actriz para conocer más detalles de lo que veremos en los nuevos episodios y lo que sucede detrás de cámaras.

Emily in Paris ha pasado de convertirse en una serie en tendencia a ser la tendencia misma. Cada una de sus temporadas se ha quedado marcada como una inspiración para los amantes de la moda, más allá de las historias o trama que sigue en cada uno de sus episodios.

Tan importante es la moda en esta serie que, como parte de la promoción de la cuarta temporada, que Lily Collins, protagonista de la serie Emily en París, mostró algunos de los atuendos que su personaje lucirá en los nuevos episodios de la serie de Netflix. La actriz compartió una serie de fotos en sus redes sociales, ofreciendo a sus seguidores un pri-

mer vistazo de su variado vestuario. Se trata de la cuarta entrega de uno de los filmes de acción-comedia más exitosa de los años 90 y que ahora nos presenta una nueva aventura.

Pero, ¿qué tanto se trabajó este factor para esta temporada? Revista Review accedió a una entrevista con Collins, quien cuenta todos los detalles detrás de los nuevos episodios de la serie.

¿Qué te emociona específicamente de la temporada y diferencia la cuarta temporada de la primera tres temporadas?

Definitivamente creo que la cuarta temporada es la más grande de todas las temporadas. Es más grande,

más audaz, mejor y más brillante, pero soy parcial. Honestamente, para mí, este es el año en el que Emily se vuelve más vulnerable. Emily siente más sentimientos; todo el mundo siente más sentimientos este año. Hay más honestidad y apertura en todas las situaciones por las que están pasando. Por supuesto, hay más drama. Y tenemos nuevos personajes este año, lo que puede llevar o no a más momentos de suspenso.

La cuarta temporada nos presenta un nuevo lado de Emily. A veces está dispuesta a dejar de lado su trabajo y centrarse más en su vida personal, especialmente en su vida amorosa. Hablemos de ese elemento, porque se siente muy diferente a temporadas pasadas.





Esta es la temporada de nueva madurez para Emily. Diré que deja bastante su teléfono, lo que para Emily dice mucho. Ella no vive su vida a través de su pantalla. Ella vive su vida en el ahora, lo cual creo que es muy importante y algunos dirían maduro.

Emily definitivamente está madurando en su espacio de trabajo, en su vida en París y tal vez también se podría decir en el romance, apoyándose en nuevas experiencias como siempre lo ha hecho, pero con una nueva mentalidad. Y poder decir “no”, poder tomar decisiones por sí misma y no tener miedo a las consecuencias. Sabe que es una buena persona y, al final del día, no está haciendo nada malo. Ella simplemente está viviendo su vida y arriesgándose, y creo que eso muestra un nuevo nivel de madurez. Emily está lista para un

nuevo capítulo, lo cual fue muy divertido. ponte a jugar.

Cada temporada, la apariencia de Emily evoluciona. ¿Qué significa esto y qué dice la evolución de la temporada sobre su personaje?

La evolución del estilo de Emily este año representa más calma y concentración dentro de sí misma, en su trabajo pero también en la ciudad. Cada año eso se vuelve cada vez más evidente, pero ella se inspira en su entorno, en sus compañeros de trabajo y en sus amigos, y comprende cómo combinar conjuntos de una manera con una mentalidad más europea.

Ella nunca rehuye el color, porque es Emily, pero ha aprendido a reducirlo un poco de una manera que parezca más sólida y elegante, y no ser ruidosa porque sí, permitiéndose sentirse más

cómoda con los atuendos. y ser audaz de una manera nueva. Para Emily, lo que es más incómodo es ser minimalista, a diferencia de cómo me sentiría yo misma, donde salir de mi zona de confort sería lucir más fuerte en colores, estampados y texturas. Esta temporada, cuanto más segura se vuelve en su vida y en la ciudad, más decisiones más audaces que toma y más fuerte se siente.

¿Qué crees que le encantará al público? ¿Sobre la cuarta temporada específicamente?

Lo único que puedo decir es que cada vez que leo un episodio en tiempo real, me quedo con la boca en el suelo. Me reía, a veces lloraba. Creo que te gustará la cuarta temporada. Mucho.



NETFLIX

EMILY IN PARIS





NUEVO FL MA

Tras la apertura de su primera tie
continúa posicionándose como un p
y el lujo en el Perú gracias a los tres
internacionales, latina

Con la inauguración de la Casa Malva
su objetivo de acercar las firmas inte
rubro al público nacional y expone
latin



LAGSHIP MALVA

enda en el Jockey Plaza, Malva
unto de encuentro entre la moda
pilares que la conforman: marcas
s y talentos locales.

a en San Isidro, la marca mantiene
ernacionales más reconocidas del
er nuevas propuestas del diseño
o.





SALES
W • SEPTIEMBRE • 2024

COCK EXPODEC

Tras la apertura de su primera tienda, la marca continúa posicionándose como un referente de moda y el lujo en el Perú gracias a los tres eventos internacionales, latinoamericanos y europeos.

Con la inauguración de la Casa Malva, la marca cumple su objetivo de acercar las firmas internacionales al rubro al público nacional y exponerlas al público latinoamericano.



XTAIL CO 2024

enda en el Jockey Plaza, Malva
unto de encuentro entre la moda
pilares que la conforman: marcas
s y talentos locales.

a en San Isidro, la marca mantiene
ernacionales más reconocidas del
er nuevas propuestas del diseño
o.



PREPARA UN PISCO PUNCH



El Pisco Punch es el primer coctel que combina pisco, destilado emblema de Perú, con ingredientes como piña, limón, jarabe de goma y agua.

Este cóctel se convirtió en una bebida popular en San Francisco en la década de 1800, particularmente en el famoso bar «Bank Exchange Saloon», donde era servido por su creador, Duncan Nicol.

Si eres un entusiasta de los cócteles, o simplemente te gusta probar cosas nuevas, El Pisco Punch es una excelente oportunidad para disfrutar de esta bebida única y descubrir las interpretaciones creativas que los bares locales pueden ofrecer.

RECETA

- 2 oz. pisco (uva Italia)
- 2 oz. de infusión de piña con especias
- 1 oz. jarabe de piña con especias
- 1/2 zumo de limón tahití
- Piña en dados
- Cerezas
- Hielo

PREPARACIÓN

- Llenar con hielo una copa de vino.
- Añadir el pisco de uva Italia de tu preferencia.
- Agrega la infusión de piña, el jarabe de piña, el zumo de limón y algunos cubitos de piña.
- Removeremos suavemente y decoraremos con una cereza atravesada por un palillo.



Desigual!

THE GLOW
UP ISSUE

**"I NEVER
THOUGHT
I'D WEAR
DESIGUAL!"
HARI NEF**

www.desigual.com/es_PE/



ESCRIBE: **MAFER TORERO**
Directora de Monday PR

AMIGAS O RIVALES

RELACIONES PÚBLICAS VS. PUBLICIDAD

Desde los 19 años, cuando empecé a trabajar en relaciones públicas, me fui acostumbrando a escuchar siempre lo mismo en charlas triviales. Después de responder a la pregunta ¿en qué trabajas?, le seguía la frase inevitable “Ah, como publicidad”. Ese era el claro reflejo de que la percepción general sobre RR.PP. en nuestro país era aún un campo nebuloso y difícil de definir en pocas palabras.

En el mundo de las comunicaciones, existe una línea que divide los conceptos y prácticas de relaciones públicas y publicidad. Aunque las diferencias entre ambas disciplinas están bastante claras para los profesionales de este rubro, para muchos otros la línea es aún difusa y puede ocasionar expectativas erróneas sobre los resultados que ambas pueden ofrecer.

Las relaciones públicas y la publicidad pueden parecer similares en la superficie. Sin embargo, sus enfoques, objetivos y, por lo tanto, resultados, son notablemente distintos. Entender estas diferencias es clave no solo para las empresas, sino también para los consumidores, que hoy exigen una comunicación más auténtica.

La publicidad es una disciplina que permite a las empresas tener el control sobre el contenido, el formato, el mensaje y la distribución de sus anuncios. Las marcas pagan para tener dominio sobre lo que se dice, cómo se dice, dónde se dice y cuándo se dice, buscando influir directamente en las decisiones de compra.

Sin embargo, este ansiado control también tiene sus desventajas. Saturados de anuncios publicitarios en televisión, diarios, radio, web y hasta en redes sociales, los consumidores son cada vez más escépticos ante la publicidad tradicional. La ceguera publicitaria es un fenómeno en el que se desarrolla una capacidad innata para filtrar y evitar los mensajes comerciales que se perciben como forzados o manipuladores.

En un mundo donde la autenticidad es una de las monedas más valiosas para las marcas, la publicidad puede llegar a parecer también distante y poco sincera. En este escenario, las relaciones públicas surgen como una alternativa que permite generar mayor cre-

dibilidad, a través de historias auténticas, un diálogo cercano y conexiones genuinas.

No obstante, las relaciones públicas tienen sus retos, ya que no controlan directamente la narrativa. A diferencia de la publicidad, donde todo está bajo el control y dominio de la marca, el éxito de una estrategia de relaciones públicas dependerá también de la respuesta de los medios y del público.

La principal distinción entre ambas disciplinas radica en quién transmite el mensaje. En la publicidad, son las empresas las que, a través de distintos canales, comparten mensajes positivos sobre sí mismos. En cambio, las relaciones públicas se centran en generar que terceros, como medios de comunicación, influencers o líderes de opinión, hablen positivamente de la marca.

Más allá de solo amplificar el mensaje, la gestión de relaciones públicas le otorga a este una credibilidad mucho mayor, ya que proviene de fuentes independientes que se caracterizan por tener una audiencia leal que confía en sus recomendaciones, lo que permite a las marcas llegar a los consumidores de una manera más orgánica y menos intrusiva.

¿Son entonces las relaciones públicas más efectivas que la publicidad? Lo cierto es que, en una estrategia de comunicación integral, publicidad y relaciones públicas no son rivales, sino aliadas y ninguna es mejor que la otra, simplemente tienen objetivos distintos. La publicidad puede ser una herramienta poderosa para generar impacto a corto plazo, como la visibilidad o la influencia sobre las decisiones de compra. Mientras que las relaciones públicas juegan el papel de construir una reputación a largo plazo, trabajando en la percepción de la marca y en su relación con el público, lo que requiere tiempo, esfuerzo y una narrativa bien construida.

Las empresas que entienden cómo combinar ambas disciplinas son las que obtienen resultados más sólidos y duraderos, ya que al integrar relaciones públicas y publicidad en un plan estratégico tendrán una ventaja competitiva clara, logrando no solo capturar la atención del público, sino también ganar su lealtad.



SOMBRERO EXTRA BRUT
HUENTALA WINES
 100% Pinot Noir 2021 – Valle de Uco, Argentina

De suma elegancia, este espumante es fresco y equilibrado, de finas y persistentes burbujas. Posee un color rosado suave, que encanta a primera vista; y un olor a frutos rojos, cerezas, frutillas y frambuesas que cautiva hasta el olfato más exigente

Maridaje: Carpaccio de lomo, tartar de atún o con pescados y mariscos.

Precio: S/. 69.90

Canales de venta: Bodega T <https://www.bodegat.pe/>



CATENA ZAPATA
CATENA ZAPATA

Blend – Mendoza

Un vino de corte Grenache, Malbec, Syrah y Chenin. Este rosado proviene de los viñedos de Mendoza. Los días de intenso sol de montaña le confiere frescura, aromas frutales y un delicioso sabor.

Maridaje: Excelente con carnes blancas, carpaccio.

Precio: S/. 120.00

Canales de venta: www.wineconciierge.pe/
 alta gama



COLECCIÓN RUTINI
RUTINI WINES

100% Gewürztraminer – Gualtallary, Argentina

Color amarillo brillante con tonalidades verdosas. Frutado en boca, regala un paladar etéreo y amable, muy consistente, con logrado equilibrio de acidez. Blanco sofisticado con 04 meses en roble francés.

Maridaje: Carnes blancas, pescados ahumados, comida asiática, quesos blandos

Precio: S/. 99

Canales de venta: <https://kahanlicores.pe/>



ESCRIBE: **PAOLA SUÁREZ**

@MISSMARKETING.PE

Especialista en Marketing y Relaciones Públicas

5 VINOS DE TERRAZA

ELEVEN CLUB
VOLCANIC WINE
100% Moscato de Hamburgo
Arequipa, Perú

Suelos de origen volcánico del valle de majes (490 ms.n.m.) y Vitor (1350 ms.n.m.)

Vino color naranja con tonalidades doradas. Acidez equilibrada y fresca. Notas a frutas amarillas, flores blancas, especias y mineralidad.

Maridaje: Trucha, camarones a la parrilla, tiradito de atún y de bonito, quesos medios.

Precio: S/. 86.30

Canales de venta: <https://peruvino.com.pe/> y Casa Colina



CADUS APELLATION
CADUS WINE
100% Criolla Chica 2021– Valle de Uco, Argentina

De color violáceo brillante. Viñedo de aproximadamente 50 años de antigüedad y altitud de 1.000 m.s.n.m. En boca, jugoso, fresco, textura firme, amable, y largo final. Crianza en huevos de concreto con borras finas durante 11 meses

Maridaje: Carnes Blancas, Ensaladas, Pescados y Mariscos

Precio: S/. 89

Canales de venta: <https://kahanlicores.pe/>

ROSÉ
APATA
Argentina

de Syrah, Sauvignon Blanc, fresco y seco, vinos de altura, frescos y el taña aportan frutados y un mineral.

ce con carnes, os y pastas
89.90
a: <https://>
y licorerías de na



¿Qué vinos son óptimos para disfrutar en Primavera? A puertas de la estación romántica que precede al verano, recomendamos cinco etiquetas para disfrutar el chateo con los amigos, disfrutar del buen clima o los previos de una parrillita en familia.

Entre espumosos, blancos, rosados, naranjos y tintos jóvenes, los vinos frescos, afrutados y elegantes, son ideales para disfrutar una linda y amena tarde de terraza por su carácter y naturaleza. Su refrescante acidez es perfecta para tomarlos solos o maridar con aperitivos y entradas frías. La temperatura de servicio es relevante para disfrutar esta experiencia vinera.

Blancos entre 6 a 10 °C, Rosados entre 8 a 10 °C, Naranjas entre 8 a 12 °C, Espumosos entre 6 a 8 °C y Tintos jóvenes a 14 °C.

EXPODECO 2024

FIESTA DE LA

ARQUITECTURA Y

DISEÑO

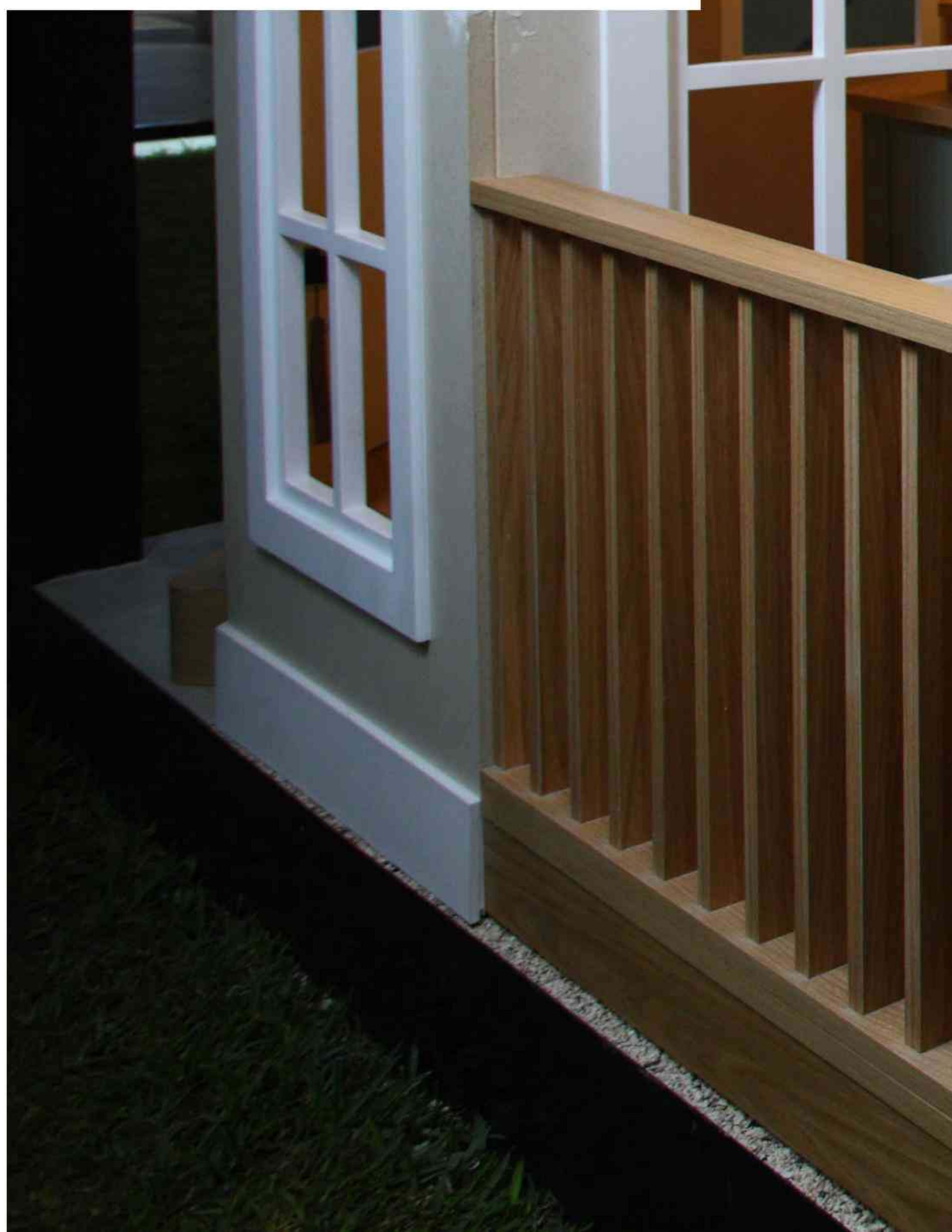
La undécima edición de la feria más importante de diseño de interiores y arquitectura del Perú logró convocar a más de 35 000 asistentes durante los 5 días de puesta en escena.

La EXPODECO, feria de diseño de interiores y arquitectura con mayor reconocimiento del Perú, abrió las puertas de su undécima edición este miércoles 04 de setiembre en el Centro de Convenciones Corporación E. Wong, recibiendo una gran acogida por parte del público.

Bajo el concepto “Vive la experiencia, celebra la creatividad”, la feria presentó exponentes nacionales de arquitectura, diseño de interiores, construcción y decoración, brindando un espacio donde no solo se dieron a conocer sus propuestas, sino también las principales tendencias, innovaciones y productos del sector.

Más de 35 000 asistentes se dieron cita durante los 5 días de este evento, que tuvo lugar desde el 04 hasta el 08 de setiembre. Los múltiples visitantes pudieron explorar más de 250 exhibiciones y participar en actividades educativas y de entretenimiento.

Con más de 20,000 metros cuadrados de exhibición, 500 expositores y 16 salones temáticos a cargo de profesionales del rubro, Expodeco 2024 permitió conocer de prime-







ra mano las novedades y avances tecnológicos que están marcando la pauta en la industria, consolidándose como uno de los eventos más esperados en nuestro país.

Novedades de la feria en su undécima edición.

Más de 500 expositores: Tras 10 ediciones exitosas, EXPODECO continúa sumando expositores, quienes fueron los encargados de presentar conceptos, propuestas, tendencias, productos y servicios. Desde materiales de construcción y revestimientos, hasta mobiliario, iluminación y soluciones arquitectónicas sostenibles.

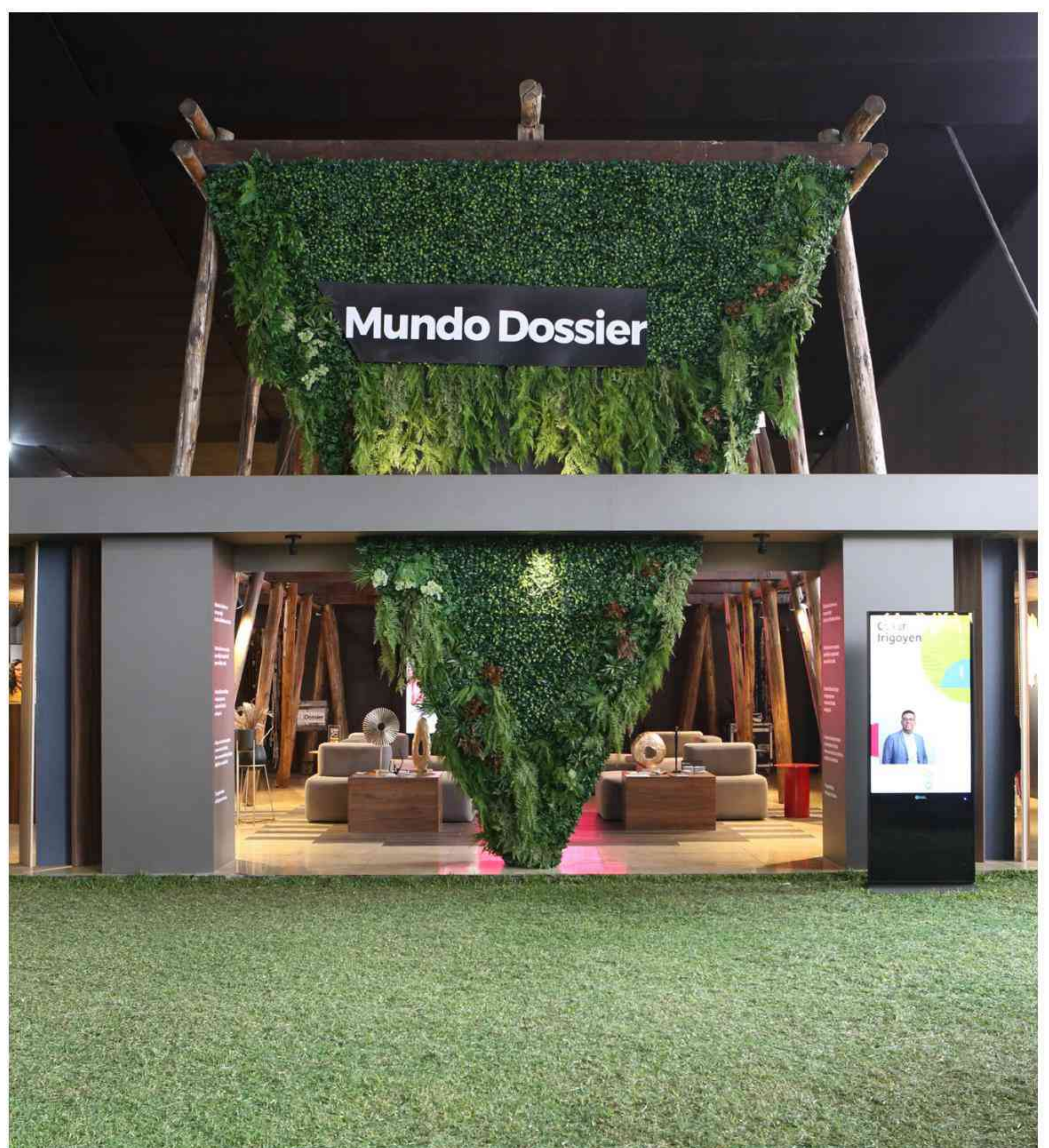
16 salones temáticos: Estas exhibiciones son proyectos ejecutados dentro de la feria de la mano de reconocidos profesionales del rubro, cada uno diseñado bajo un concepto o inspiración para ofrecer a los visitantes en una experiencia inmersiva en diferentes aspectos del diseño y la arquitectura.

Innovaciones tecnológicas: EXPODECO 2024 es un escaparate de vanguardia para las innovaciones tecnológicas

en el mundo del diseño y la construcción. Este año, la feria presentó nuevas soluciones en domótica con tecnologías que integran inteligencia artificial (IA) para mejorar la sostenibilidad en los hogares. Asimismo, se presentaron distintas propuestas en arquitectura retail que incorporaban displays inteligentes y otras herramientas que permitirán mejorar la experiencia de compra.

“Nuevos Talentos”: Este programa, trabajado en alianza con Toulouse Lautrec, se centra en promover el trabajo y potencial de los egresados de la carrera de diseño interior y arquitectura para formar nuevos líderes, dando a conocer su destreza y creatividad.

“Mentores creativos”: Los docentes también tendrán un lugar en EXPODECO 2024. Este programa busca exponer el talento de distintos maestros que presenta la institución, quienes son tutores y guías para jóvenes talentos.



Más de 10 000 visitantes en 2 días: Al igual que en ediciones anteriores, EXPODECO 2024 recibió a una gran cantidad de personas, quienes pudieron explorar las múltiples exhibiciones y participar en actividades diseñadas para enriquecer su experiencia y conocimientos.

Conferencias magistrales, talleres y charlas: Las capacitaciones estuvieron a cargo de reconocidos profesionales del ámbito nacional e internacional y se abordaron temas clave para el desarrollo del sector en el Perú y el mundo.

Networking: EXPODECO se ha consolidado como un punto de encuentro imprescindible para profesionales y aficionados de la arquitectura y el diseño. Este es un espacio en el que convergen la creatividad, la innovación, y, por supuesto, el networking, sirviendo como un foro para el intercambio de ideas y la generación de oportunidades de negocio.

Sin duda, EXPODECO 2024 representó una vista al futuro para el rubro de la arquitectura y el diseño y una oportunidad única para que sus visitantes puedan ser testigos del despliegue de talento peruano, arte y creatividad que ofrece esta experiencia.



VISITAMOS **THE LEGEND PARACAS**

Visitamos uno de los hoteles más imponentes de Paracas. The Legend se luce como un espacio de lujo para los turistas que vienen a disfrutar de la costa de nuestro país y nosotros pudimos conocer cada uno de los servicios que ofrece para compartirlo con ustedes en esta reseña.

Paracas es uno de los destinos favoritos de quienes viven o pasan por nuestra capital. Por eso, Destination by Hyatt ha presentado su nueva propuesta para quienes buscan una experiencia de lujo durante su paso por esta ciudad.

The Legend es un hotel 5 estrellas que es capaz de cautivar a sus visitantes desde su fachada hasta su acceso al mar. Ubicado en lo que en algún momento fue el hotel DoubleTree Resort by Hilton Paracas, ofreciendo un servicio exclusivo y de lujo al lado de la Reserva Nacional de Paracas, en la región Ica.

El hotel ofrece vistas panorámicas de la Bahía de Paracas y las co-

linas desérticas, diseñado para ser un lugar de descubrimiento inmersivo, diseño auténtico y servicio cálido y acogedor.

Revista Review visitó The Legend Paracas Resort y pudo conocer de primera mano todos sus servicios para compartirlos ustedes.

DISEÑO

The Legend Paracas Resort se compone de 124 suites de dos habitaciones, cada una equipada con balcones o terrazas privadas que revelan impresionantes vistas al océano, al jardín o a la piscina y brindan una experiencia que garantiza que los huéspedes se sientan como en casa.

El diseño de las habitaciones está muy conectado con la belleza.







natural de la Reserva Nacional de Paracas, inspirándose en las maravillas naturales y el legado histórico de la región, utilizando madera y telas naturales. En cada suite encontrarás una sala de estar común con sofá cama, TV y escritorio, además de una pequeña cocina con microondas, cafetera, tetera y minibar. En tanto, las habitaciones tienen una terraza en el primer piso o un balcón en el segundo, con vista a la playa.

Fuera de la habitación, encontrarás una amplia zona para las tres piscinas disponibles para los huéspedes, cada uno diferentes por su tamaño, temperatura y público.

SERVICIOS

Tener 5 estrellas no es solo un emblema, hay que reunir las condiciones necesarias para llevarlas y este hotel lo cumple con creces. Además de las habitaciones y piscinas, The Legend ofrece una amplia variedad de servicios.

Una de las que más podemos destacar es su variedad de deportes acuáticos, incluidos como parte de tu estadía. Aquí podrás elegir entre la práctica de Katamarán, Kayak y Paddle, los que practicarás luego de una breve preparación de parte de los expertos.

Por otro lado, por las noches encontrarás funciones de cine bajo las estrellas y junto al mar, esto mientras están acompañados de una fogata con malvaviscos, chocolate caliente y popcorn.

No podemos dejar de mencionar el gimnasio del hotel, ya que nos sorprendió por lo bien equipado que está. Aquí encontrarás todo lo necesario para cumplir con cualquier rutina.

GASTRONOMÍA

Por último, The Legend Paracas Resort alberga tres conceptos culinarios en el lugar que ofrecen diferentes experiencias gastronómicas utilizando los mejores ingredientes del destino, incluido su restaurante



y bar exclusivo, Azul, que ofrece sabores peruanos e internacionales con ingredientes locales frescos y su restaurante informal frente a la playa.

El Pool Side Bar ofrece refrigerios y cócteles exclusivos con pisco peruano, frutas locales y cócteles sin alcohol con un toque que incorpora ingredientes locales como el maíz morado. También se ofrece servicio de habitaciones las 24 horas todos los días.

El resort también ofrece Café Zokya, auténtico café peruano que combina las características únicas de los granos de café provenientes de tres regiones distintas: Quillabamba (Cusco), Pozuzo (Pasco) y Rodríguez de Mendoza (Amazonas).

Así que, si buscas disfrutar de esta exclusiva experiencia, visita el hotel The Legend Paracas Resort.





LA ROCHE
POSAY
MELA B3
s/229.90
Disponible en:
inkafarma



RAY-BAN
RB4385
s/785
Disponible en:
GMO

ADIDAS
GAZELLE
s/379
Disponible en:
<https://adidas.pe/>



MARY KAY
EMBRACE FOR
HER
s/110
Disponible en:
Mary Kay



HONOR
200
PRO
s/2,999
Disponible en:
honorperu.pe

GUÍA DE REGALOS

GUÍA GALOS



BLAZER
RECTA
FLORES
s/499
Disponible en:
Desigual

HUAWEI
MATEPAD PRO 13.2"
s/1399
Disponible en:
consumer.huawei.com



IPHONE 15
128GB
s/4,499
Disponible en:
ishop



MARY KAY
EMBRACE FOR
HIM
s/110
Disponible en:
mary kay

MARY KAY®

¡Nuevas Fragancias *Mary Kay*®
Embrace!



ABRAZA A QUIENES
TE RODEAN ABRAZA A
QUIENES TE RODEAN